

**PENGARUH *TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATHY* TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PEMBIAYAAN BANK KONVENSIONAL DAN BANK
SYARIAH**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

**ALVIN BRILLIANJAYA
B100160132**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATHY* TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PEMBIAYAAN BANK KONVENSIONAL DAN BANK
SYARIAH**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

ALVIN BRILLIANJAYA
B100160132

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing



(Muhammad Sholahuddin, S.E., M.Si.)
NIK : 824

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATHY* TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PEMBIAYAAN BANK KONVENSIIONAL DAN BANK
SYARIAH**

OLEH
ALVIN BRILLIANJAYA
B100160132

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 09 Mei 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Nur Achmad, S.E., M.Si
(Ketua Dewan Penguji)

()

2. (Muhammad Sholahuddin, S.E., M.Si.
(Anggota I Dewan Penguji)

()

3. Kussudyarsana, S.E., M.Si., Ph.D
(Anggota II Dewan Penguji)

()



Dekan.


Dr. Syamsudin, M.M.

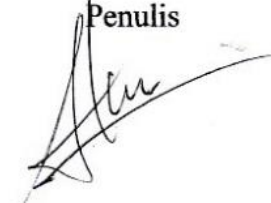
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 09 Mei 2020

Penulis



ALVIN BRILLIANJAYA
B100160132

PENGARUH *TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATHY* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PEMBIAYAAN BANK KONVENSIONAL DAN BANK SYARIAH

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Kualitas Pelayanan dengan dimensi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pembiayaan pada bank syariah dan konvensional. Sampel pada penelitian ini adalah di salah satu PTS (Perguruan Tinggi Swasta) di Surakarta sebanyak berjumlah 106 responden yang terdiri dari 78 dosen dan 28 karyawan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner *online* yaitu *google form*. Pengambilan sampel dengan cara *purposive sampling* yaitu pengambilan secara acak nasabah bank syariah dan bank konvensional. Analisis faktor digunakan untuk menguji reliabilitas dan validitas. Metode pengumpulan data yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dengan variabel *tangible, responsiveness, assurance, empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan bank konvensional dan bank syariah. Sedangkan untuk variabel *reability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan bank konvensional dan bank syariah.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, bank konvensional dan bank syariah

Abstract

The purpose of this study was to determine Service Quality with *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy* dimensions affecting customer satisfaction in Islamic and conventional banks. The sample in this study was in one PTS (Private Higher Education) in Surakarta totaling 106 respondents consisting of 78 lecturers and 28 employees. Data collection techniques are done using an online questionnaire that is Googleform. Sampling by purposive sampling is random sampling customers of Islamic banks and conventional banks. Factor analysis is used to test reliability and validity. Data collection methods that have been tested for validity and reliability. The results of this study indicate that service quality with tangible variables, responsiveness, assurance, empathy has a significant effect on customer satisfaction of conventional and Islamic bank financing. Whereas the reability variable does not significantly influence customer satisfaction in financing conventional banks and Islamic banks.

Keywords: service quality, customer satisfaction, conventional banks and islamic bank

1. PENDAHULUAN

Pembiayaan keuangan Islam beserta pengaruhnya yang potensial pada kekuatan keuangan bank. Elemen pertama adalah pelarangan kontrak-kontrak yang

mengandung bunga, karena Al-Quran melarang penerimaan dan pembayaran bunga dalam semua transaksi. Namun, untuk memastikan keberlanjutan dan operasi berkelanjutan mereka, bank syariah harus menerima semacam hadiah. Untuk alasan ini mereka bergantung pada gagasan pembagian risiko di bawah pengaturan untung / rugi (PLS). Gagasan ini meluas ke sisi kewajiban, dan akibatnya, bank syariah menjadi mitra dengan kedua deposito dan peminjam, dan mereka berbagi risiko dengan keduanya. Sebagai contoh, di bawah konsep klasik mudharabah di mana ada dua bank, satu dengan modal (ie financier atau mitra diam), dan satu dengan kontrak ales (Murabahah). Sementara bank konvensional juga terlibat aktif dalam kegiatan non-tradisional yang menghasilkan pendapatan.

Beck et al (2013) membahas bahwa orang dapat mengharapkan perbedaan antara dua bank yang bisa menuju ke arah mana pun. Seperti yang mereka sebutkan, di satu sisi mungkin ada bagian yang lebih tinggi dari pendapatan non-bunga di bank-bank Islam karena bank-bank ini mungkin membebankan biaya yang lebih tinggi dan komisi untuk mengkompensasi kekurangan pendapatan bunga.

Perbankan syariah yang memberikan layanan dan produk sesuai syariah (hukum syariah) yang secara tegas melarang tidak hanya riba atau biaya bunga berlebih seperti biaya tambahan pinjaman, tetapi juga melarang keterlibatan tidak etis lainnya kegiatan seperti spekulasi dan perjudian (Iajuni et.al, 2017). Tidak seperti aturan keuangan konvensional, aturan keuangan Islam mendorong risiko dan pembagian keuntungan di bidang keuangan. Prinsip kepentingan perbankan bebas adalah pembagian laba atau rugi (Metwally, 1997) dan melarang juga bunga atau riba, perjudian, gharar (pengambilan risiko yang tidak semestinya), keterlibatan dalam perdagangan barang-barang tersebut dan layanan yang melanggar hukum (El-Gamal, 2001). Banyak nasabah Indonesia masih ragu dengan kualitas layanan bank syariah dan profesionalisme karena keunggulan dalam produk dan kualitas layanan tetap diperlukan untuk pelanggan (Hidayat et.al, 2015).

Penawaran layanan merupakan komponen penting dari fungsi bisnis merupakan cara perusahaan berkomunikasi dan memberikan produk kepada nasabah dan bukti fisik yang dipertahankan kenyamanan, daya tarik, dan kinerja organisasi. Jadi, mengembangkan dan menawarkan kualitas yang sangat baik

layanan tidak diragukan lagi merupakan input penting untuk rapat dan melebihi harapan dan kebutuhan pelanggan yang dalam berubah secara positif mempengaruhi perilaku loyalitas pelanggan dan meningkatkan kinerja dan citra organisasi, mempercepat penjualan dan pertumbuhan perusahaan di Indonesia lingkungan pasar yang semakin kompetitif (Fisher, 2001). Untuk nasabah, kualitas layanan dipandang sebagai standar dari layanan yang ditawarkan kepada mereka dan sejauh mana pemenuhan kebutuhan, keinginan dan harapan mereka yang membutuhkan layanan dilakukan agar terus meningkat (Hammoud dan Bittar, 2016). Kepuasan dan loyalitas nasabah akan tumbuh jika produk dan layanan memenuhi harapan nasabah.

Berdasarkan penelitian terdahulu tentang SERVQUAL pada perbankan syariah (Al-Tamimi & Al-Amiri, 2003; Shafie, Azmi & Haron, 2004; Ciptono & Soviyanti, 2007; Ramdhani *et al.* 2011) dalam pengukuran kualitas layanan SERVQUAL menggunakan model yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) beserta model CARTER yang dikembangkan oleh Othman (2001). Pembentukan model pengukuran SERVQUAL yaitu *tangible, reability, responsiveness, assurance, empathy*. Pada bank syariah dan bank konvensional terhadap kepuasan nasabah mereka di Indonesia. Berdasarkan uraian di atas menunjukkan masih sedikit penelitian yang membuat. Penelitian ini bertujuan untuk membuat model SERVQUAL dapat digunakan sebagai acuan dalam kepuasan nasabah di bank syariah dan bank konvensional yang berada di Indonesia.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang “Pengaruh *Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance, Empathy* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Konvensional Dan Bank Syariah”.

2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah dosen dan karyawan PTS X di wilayah Kota Surakarta Provinsi Jawa Tengah yang berjumlah 550 dosen dan 300 karyawan.

Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden yang ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh langsung dari sumbernya dengan menggunakan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik dan uji hipotesis menggunakan uji analisa regresi linier berganda.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Tabel 1. Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Dosen	78	74%
Karyawan	28	26%
Jumlah	106	100%

Subjek dalam penelitian ini berdasarkan status pekerjaan yaitu berjumlah 106 yang terdiri dari 28 karyawan dan 78 dosen di PTS X yang menjadi nasabah pembiayaan Bank Konvensional dan Bank Syariah.

Tabel 2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	71	67%
Perempuan	35	33%
Jumlah	106	100%

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat 71 responden berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 67%, sedangkan perempuan berjumlah 35 responden dengan presentase 33%.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Frekuensi	Persentase
20-29	11	10%
30-39	14	13%
40-49	17	16%
50-59	53	50%
60-69	11	10%
Jumlah	106	100%

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa responden yang berusia pada rentang 50 – 59 tahun, yaitu sebanyak 53 orang atau sebesar 50% dari total responden.

Sedangkan responden dengan persentase paling sedikit yaitu berusia pada rentang 20-29 tahun dan 60-69, yaitu sebanyak 11 orang atau sebesar 10% dari total responden.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Keterangan	Frekuensi	Persentase
SMA	5	5%
Diploma	2	2%
S1	13	12%
S2	66	62%
S3	20	19%
Jumlah	106	100%

Berdasarkan pendidikan terakhirnya, dari keseluruhan jumlah responden sebanyak 106 responden, Responden dengan persentase 62% tertinggi pada penelitian ini adalah responden dengan pendidikan S2 yaitu 66 orang. Sedangkan persentase terendah yaitu responden yang berpendidikan Diploma sejumlah 2 orang atau sebesar 2%.

Tabel 5. Karakteristik Responden Pendapatan Per-Bulan

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Rp 2.000.000 - <Rp 4.000.000	16	15%
Rp 4.000.000 - <Rp 6.000.000	13	12%
Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	31	29%
> Rp 8.000.000	46	43%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data yang telah diolah, 2020.

Berdasarkan karakteristik pendapatan per bulan, dari keseluruhan jumlah responden sebanyak 106 orang/responden, responden dengan pendapatan per-bulan Rp 2.000.000 - <Rp 4.000.000 rupiah sebanyak 16 orang atau sebesar 15%, responden dengan pendapatan per-bulan Rp 4.000.000 - <Rp 6.000.000 rupiah sebanyak 13 orang atau sebesar 12%, responden dengan pendapatan per-bulan Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000 rupiah sebanyak 31 orang atau sebesar 29% dan responden dengan pendapatan per-bulan > Rp 8.000.000 rupiah sebanyak 46 orang atau sebesar 43%.

3.2 Uji Asumsi Klasik

Tabel 6. Uji Normalitas

Nilai sig.	Kriteria	Keterangan
0,200	> 0,05	Normal

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai sig. *Kolmogrov-smirnov* sebesar 0,200. Dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal karena nilai sig. *Kolmogrov-Smirnov* lebih dari 0,05 (sig > 5%).

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Tangible (X1)	0,159	6,286	Tidak terjadi multikolinieritas
Reliability (X2)	0,102	9,770	Tidak terjadi multikolinieritas
Responsiveness (X3)	0,103	9,735	Tidak terjadi multikolinieritas
Assurance (X4)	0,110	9,074	Tidak terjadi multikolinieritas
Empathy (X5)	0,118	8,450	Tidak terjadi multikolinieritas

Berdasarkan tabel 7 hasil uji multikolinearitas di atas menunjukkan bahwa variabel independen memiliki nilai *Tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, sehingga variabel independen dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	sig	Keterangan
Tangible (X1)	0,410	Tidak terjadi heterokedastisitas
Reliability (X2)	0,564	Tidak terjadi heterokedastisitas
Responsiveness (X3)	0,679	Tidak terjadi heterokedastisitas
Assurance (X4)	0,281	Tidak terjadi heterokedastisitas
Empathy (X5)	0,354	Tidak terjadi heterokedastisitas

Cara yang digunakan untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser* yaitu dengan meregresikan variabel independen terhadap nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi tiap variabel lebih dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Dari hasil uji heterokedastisitas dengan diketahui bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel sebagai berikut: variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* masing-masing variabel tersebut memiliki

nilai signifikansi lebih dari 0,05. Dapat disimpulkan model regresi penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

3.3 Analisis Data

3.3.1 Analisis Regresi Berganda

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Beta	Beta	t _{hitung}	sig.
(Constant)	28,740		26,360	0,000
<i>Tangible</i>	0,095	,257	1,119	,266
<i>Reliability</i>	0,056	,190	,662	,509
<i>Responsiveness</i>	0,004	,010	,036	,971
<i>Assurance</i>	0,033	,087	,317	,752
<i>Empathy</i>	0,123	,244	,915	,362

Berdasarkan tabel di atas menggunakan regresi linier berganda program SPSS dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 28,740 + 0,095X_1 + 0,056X_2 + 0,004X_3 + 0,033X_4 + 0,123X_5 + e \quad (1)$$

Persamaan regresi dapat dibuat interpretasinya sebagai berikut:

Koefisien konstanta bernilai positif, yaitu sebesar 28,740 dapat diartikan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* menjadi pertimbangan dalam pelayanan pembiayaan pada Bank konvensional dan bank syariah menunjukkan persepsi positif.

Koefisien *tangible* (X1) bernilai positif yaitu sebesar 0,095. Hal ini diartikan bahwa setiap terjadi peningkatan pada *tangible* maka akan berpengaruh terhadap kenaikan kepuasan pelanggan.

Koefisien *reliability* (X2) bernilai positif yaitu sebesar 0,056. Hal ini diartikan bahwa setiap terjadi peningkatan pada *reliability* maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

Koefisien *responsiveness* (X3) bernilai positif yaitu sebesar 0,004. Hal ini diartikan bahwa setiap terjadi peningkatan pada *responsiveness* maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

Koefisien *assurance* (X4) bernilai positif yaitu sebesar 0,033. Hal ini diartikan bahwa setiap terjadi peningkatan pada *assurance* maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

Koefisien *empathy* (X5) bernilai positif yaitu sebesar 0,123. Hal ini diartikan bahwa setiap terjadi peningkatan pada *empathy* maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan

3.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10. Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	,721 ^a	,521	,119	2,298

Berdasarkan hasil analisis data yang menggunakan bantuan komputer program SPSS *for windows* maka dapat diperoleh *Adjusted R square* (R^2) sebesar 0,521 hal ini menunjukkan bahwa variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 52,1%. Sedangkan sisanya ($100\% - 52,1\% = 47,9\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti pada penelitian ini.

3.3.3 Uji F

Tabel 11. Hasil Uji F Regresi Linier Berganda
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	101,326	5	20,265	3,837	,003 ^b
Residual	528,183	100	5,282		
Total	629,509	105			

Berdasarkan tabel hasil SPSS diatas, diketahui nilai Sig. Adalah sebesar 0,003. Karena nilai Sig. $0,003 < 0,05$, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

3.3.4 Uji t

Tabel 12. Hasil Uji F Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28,740	1,090		26,360	,000
	Tangible	,095	,085	,257	2,493	,014
	Reliability	,056	,085	,190	1,882	,055
	Responsiveness	,004	,103	,010	2,550	,004
	Assurance	,033	,103	,087	3,110	,014
	Empathy	,123	,134	,244	3,266	,002

Variabel *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank konvensional dan bank syariah. Berdasarkan tabel hasil pengujian menunjukkan nilai sig. $0,014 < 0,266$. Maka H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *tangible* terhadap kepuasan nasabah. *Tangible* merupakan kemunculan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan bahan komunikasi maka dari itu sangat penting. Dengan bank menunjukkan fasilitas fisik yang baik maka akan memberikan nilai positif kualitas pelayanan. artinya semakin baik penerapan wujud fisik maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Pengaruh *tangible* terhadap kepuasan nasabah bank konvensional dan bank syariah, di buktikan berdasarkan jawaban responden yang mayoritas menjawab setuju terhadap indikator *tangible* yang menyatakan lokasi bank strategis atau mudah dijangkau, tampilan kantor menarik, penampilan karyawan rapi dan menarik dan bank menyediakan tempat parkir yang luas. Hal ini dibuktikan dalam penelitian Tri Hari Koestanto (2014) dan Ambardi Juniawan (2014) bahwa variabel *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Variabel *reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank konvensional dan bank syariah. Berdasarkan tabel hasil pengujian menunjukkan nilai sig. $0,055 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *reliability* terhadap kepuasan nasabah. Variabel *reliability* ini terjadi karena responden adalah nasabah bank konvensional dan bank syariah kebanyakan memang hanya melakukan transaksi penyetoran dan

pengambilan uang saja, serta nasabah bank konvensional dan bank syariah jarang melakukan perjanjian khusus dengan pihak bank. Hal ini yang menyebabkan kepuasan mereka tidak signifikan, karyawan melayani nasabah sesuai dengan yang dijanjikan.

Hal ini tidak sejalan dengan teori yang ada bahwa kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi (Lupiyadi, 2014:216). Penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Laksmi (2014) dan Christiana Okky (2014) membuktikan bahwa variabel *reliability* (keandalan) terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah. Variabel *responsiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah bank konvensional dan bank syariah. Berdasarkan tabel hasil pengujian menunjukkan nilai $\text{sig. } 0,004 < 0,05$. Maka dari itu H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah.

Pengambilan keputusan penelitian ini terkait variabel *responsiveness* (daya tanggap) dengan kepuasan nasabah mempunyai pengaruh positif. Hal ini dibuktikan dalam penelitian Verdian Aisa (2015) bahwa variabel *responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah. Variabel *assurance* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan bank konvensional dan bank syariah. Berdasarkan tabel hasil pengujian menunjukkan nilai $\text{sig. } 0,014 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *Assurance* terhadap kepuasan nasabah.

Hal ini dibuktikan pada jawaban responden yang telah menjawab kuesioner yang sudah diberikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Tri Hari (2014) dan Ambardi Juniawan (2014) bahwa variabel jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh *empathy* terhadap kepuasan nasabah. Variabel *emphaty* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah bank konvensional dan bank syariah. Berdasarkan tabel hasil pengujian menunjukkan nilai $\text{sig. } 0,002 < 0,05$. Maka dari

itu H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya terdapat pengaruh yang signifikan *Empathy* terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini terkait variabel empati terhadap kepuasan nasabah sesuai dengan penelitian Sri Laksmi (2014) bahwa variabel *emphaty* (kepedulian) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa Variabel *Tangibles*, *Responsiveness*, *Assurance*, Dan *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah dan konvensional, sedangkan variabel *Reliability* berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah dan konvensional.

Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut: (1) Bagi bank konvensional dan bank syariah di wilayah PTS X untuk lebih mengedepankan daya tanggap karyawan dalam melayani nasabah. (2) Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah, misalnya kualitas produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, M. (2018). *Islamic Bank Service Quality and Its Impact on Indonesian Customers' Satisfaction and Loyalty* *Al-Iqtishad Journal of Islamic Economics*, 10(2), 367-388 *Akmiyah*. Jakarta : Sygma Exsa Grafika
- Anouze, A. L.M., Alamro, A. S., & Awwad, A. S. (2019). *Customer satisfaction and its measurement in Islamic banking sector: a revisit and update*.
- Asari, A., Toloh, B. H., & Sangari, J. R. (2018). *Pengembangan Ekowisata Bahari Berbasis Masyarakat di Desa Bahoi, Kecamatan Likupang Barat, Kabupaten Minahasa Utara*. *Jurnal Ilmiah Platax*
- Christiana Okky Lovenia. (2012). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang". Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro
- Doumpos, M., Hasan, I., & Pasiouras, F. (2017). *Bank overall financial strength: Islamic versus conventional banks. Economic Modelling*, 64, 513-523.

- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hamzah, Z., Purwanti, A. A., & Suryani, F. (2019). *Pengaruh Quality Improvement Strategy Of Islamic Banking Services in Indonesia Through the Integration of Servqual and Importance Performance Analysis (IPA)*.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, Cetalan ke-1
- Kementrian Agama RI. (2010). *Syamil Quran Bukhara (tajwid dan terjemahan)*
- Koestanto, Tri Hari. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 13 No. 10
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, diterjemahkan oleh Benyamin Molan*, Jilid. 1, ed. 12, Jakarta:Indeks.
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ketiga. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.Putra,
- M. Solichin, Rasyidi, Siti Halimatusa. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh* . Jurnal Bisnis dan Pembangunan, Edisi Juli- Desember 2019 Vol 8, No. 2, E-ISSN 2541-187X 38.
- Pardanawati, Sri Laksmi. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR Syariah Dana Mulya Surakarta*. Tesis. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Raza, H., & Burney, A. I. (2019). *Impatcs Of Service Quality On Customer Satisfaction: A Comparative Study On Banking Sector Of Pakistan Through Weight Serprev Model*.
- Sanjeev Saxena & Mayank Jindal. (2019). “*Customer Satisfaction on Banking in Indian Growing Economy Nainital District*”. International Journal of Engineering and Management Research Vol 9. No 4
- Setiawan dan Kusri Dwi Endah. (2010). *Ekonometrika*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta.: Andi Offset.
- Y. E., & Aziz, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang*